

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Novel Coronavirus merupakan virus penyakit yang sedang melanda seluruh penjuru dunia. Penyakit menular yang disebabkan oleh *coronavirus* ini disebut dengan *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) yang baru ditemukan dan bermula di Wuhan, Cina, bulan Desember 2019 (WHO, 2020). Kasus COVID-19 di Indonesia hingga tanggal 2 Maret 2021 tercatat sebanyak 1.347.026 kasus, dengan 1.160.863 orang sembuh dan 36.518 orang meninggal dunia (Satuan Tugas Penanganan COVID-19, 2021). Penularan *coronavirus* yang cepat dan cukup tinggi di Indonesia segera menggerakkan pemerintah Indonesia untuk menerapkan berbagai kebijakan yang bertujuan untuk mencegah dan menekan penyebaran virus ini. Beberapa kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah untuk menghadapi pandemi COVID-19 yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), penerapan protokol kesehatan, *physical distancing*, isolasi mandiri, dan *work from home* (Muhyiddin, 2020; Mungkasa, 2020).

Sejak terjadinya pandemi COVID-19 di Indonesia, banyak perubahan yang terjadi pada kehidupan masyarakat karena berbagai dampak dari bencana non alam ini. Salah satu sektor yang terdampak ialah sektor ekonomi. Data dari Badan Pusat Statistik (2020) menunjukkan bahwa ekonomi Indonesia pada Triwulan II-2020 turun 5,32 persen, yang artinya aktivitas ekonomi Indonesia melambat sebesar 5,32 persen. Hal ini berhubungan dengan masyarakat yang kehilangan pekerjaan dan

mata pencaharian serta mengalami penurunan pendapatan selama masa pandemi (Satya, 2020).

Keadaan ekonomi masyarakat selama pandemi cukup sulit karena mereka mengalami penurunan pendapatan sedangkan pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari – hari semakin bertambah. Kenaikan pengeluaran ini disebabkan oleh munculnya kebutuhan kesehatan tambahan seperti masker, vitamin, perlengkapan sanitasi dan kebersihan yang harus dipenuhi agar terhindar dari penularan virus corona, serta kebutuhan lainnya (Padang Time, 2020). Para orang tua menghadapi tantangan ekonomi yang berat karena harus menanggung biaya kehidupan sehari – hari, belum lagi biaya yang dikeluarkan untuk pendidikan anak – anak mereka (Siahaan, 2020), terutama anak – anak mereka yang sedang menempuh pendidikan perguruan tinggi (Indrawati, 2020).

Kalangan mahasiswa mengalami kesulitan ekonomi tersendiri selama masa pandemi COVID-19. Selama masa pandemi, kegiatan belajar mengajar dialihkan ke pembelajaran dalam jaringan (daring) atau *online* karena sekolah dan universitas yang diliburkan untuk mencegah penularan COVID-19 (Siahaan, 2020). Karena pembelajaran yang hanya dilakukan di rumah menyebabkan mahasiswa mengalami penurunan keuangan ataupun tidak memiliki pendapatan karena tidak mendapatkan uang saku dari orang tua atau wali mereka (Subekti dkk., 2020). Hal tersebut dapat terjadi karena orang tua atau wali yang membiayai mereka mengalami dampak ekonomi secara langsung karena mengalami PHK, bangkrut, ataupun meninggal dunia (Humas dan Protokol Unand, 2021). Sedangkan biaya yang harus dikeluarkan oleh mahasiswa untuk keberlangsungan perkuliahannya tidaklah sedikit, seperti

biaya kuliah, biaya untuk membeli kuota data internet dan kebutuhan lainnya (Firman & Rahayu, 2020; Prawihatmi, 2020). Hal tersebut mendorong sebagian mahasiswa untuk mulai berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh Subekti dkk., (2020) kepada 200 responden menunjukkan peningkatan jumlah mahasiswa yang berwirausaha selama masa pandemi, dimana sebelum pandemi hanya 26 persen mahasiswa yang berwirausaha dan selama pandemi ini sebanyak 55,5 persen mahasiswa telah mulai berwirausaha. Kebanyakan dari mereka mulai berwirausaha dengan tujuan mendapatkan dan meningkatkan pendapatan pribadi serta mengisi waktu luang.

Mahasiswa yang mulai berwirausaha selama masa pandemi COVID-19 dapat mengatasi kesulitan ekonomi yang mereka alami. Mahasiswa yang mulai berwirausaha ini menunjukkan resiliensi yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa biasa lainnya. Karena mereka tidak terpuruk dalam situasi ekonomi yang sulit di masa pandemi COVID-19 melainkan mereka bangkit dari keadaan yang sulit itu dengan mulai berwirausaha secara *online (resiliency)*. Selain itu, mahasiswa yang mulai berwirausaha juga memiliki harapan yang tinggi akan tujuan mereka yaitu untuk mendapatkan penghasilan tambahan agar dapat memenuhi kebutuhan mereka. Harapan mahasiswa yang berwirausaha ini dapat terlihat dari bagaimana mereka tidak hanya berkeinginan untuk mendapatkan penghasilan, tetapi mereka memiliki motivasi yang tinggi dan memiliki perencanaan dan alternatif yang mereka wujudkan dengan memulai suatu usaha (*hope*). Dengan mengandalkan kemampuan yang mereka miliki, mahasiswa yang mulai berwirausaha percaya

bahwa mereka dapat berwirausaha dengan baik dan mendapatkan penghasilan yang memuaskan (*self-efficacy* dan *optimism*).

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada 3 orang mahasiswa unand yang mulai berwirausaha di masa pandemi COVID-19, diketahui bahwa latar belakang mereka berwirausaha ialah untuk mendapatkan penghasilan tambahan dan memiliki kegiatan/kesibukan. Usaha yang dilakukan oleh 3 mahasiswa tersebut ialah bisnis *online* atau berwirausaha secara *online*. Produk yang ditawarkan dalam bisnisnya yaitu produk *skincare* dan kosmetik, produk makanan, dan produk kesehatan. Mereka menggunakan media sosial seperti *Instagram* dan *WhatsApp* untuk mempromosikan produk yang mereka jual dan berinteraksi dengan pelanggan. Dalam melakukan transaksi pun dilakukan secara *online*.

Selain itu dari hasil wawancara juga diketahui bahwa dalam menjalankan usaha *online* yang mereka lakukan, mahasiswa tersebut menghadapi beberapa tantangan dan kendala seperti kesulitan dalam mencari pelanggan, banyaknya saingan bisnis/ daya saing yang ketat, dan tantangan dalam menjaga semangat dan perasaan optimis agar tetap konsisten dalam berjualan. Hasil penelitian Wulandari (2019) juga menunjukkan bahwa mahasiswa yang melakukan usaha *online* mengalami hambatan seperti manajemen waktu, mendapatkan *complain* dari pelanggan (ketidaksesuaian barang dengan gambar, barang cacat atau rusak, dan membandingkan harga dengan *online shop* lainnya), banyaknya pesaing, harga dan keberagaman produk serta kurangnya promosi.

Memulai suatu usaha cukup sulit (Pajariato, Ukkas, & Pribadi, 2020), belum lagi dalam keadaan pandemi saat ini dan untuk mempertahankan keberlanjutan dari usaha yang dijalankan juga tidaklah mudah. Permasalahan dan tantangan yang ada dan akan terus datang dalam menjalankan suatu usaha, menjadikan individu harus mempunyai *psychological capital* yang tinggi. *Psychological capital* adalah suatu kondisi psikologis positif yang terdiri dari 4 karakteristik yaitu efikasi diri, harapan, optimisme dan resiliensi, yang memfasilitasi wirausahawan untuk dapat bertahan dalam menjalankan dan meraih kesuksesan dalam usahanya (Andri, Ronauli, & Riyanti, 2019). *Psychological capital* yang dimiliki oleh mahasiswa yang berwirausaha membantu mereka dalam menghadapi berbagai permasalahan dan tantangan yang ada dan akan terus datang dalam menjalankan suatu usaha.

Psychological capital yang dikemukakan oleh Luthans, Youssef, dan Avolio, (2007) merupakan konstruk psikologi berdasarkan konsep *positive organization behavior* atau POB. Mereka mendefinisikan *psychological capital* sebagai suatu keadaan psikologis yang positif pada seseorang yang dapat berkembang, ditandai dengan adanya *self-efficacy*, *optimism*, *hope* dan *resilience* (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Komponen *psychological capital* yang pertama ialah *self efficacy*. *Self efficacy* merupakan keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki dalam mengarahkan segala usaha agar berhasil dan sukses dalam menghadapi tugas yang dihadapi (Stajkovic & Luthans, 1998, dalam Luthans dkk., 2004). Dari hasil wawancara dengan 3 mahasiswa yang berwirausaha secara *online*, S dan K menyatakan bahwa mereka

yakin bahwa kemampuan mereka cukup baik dalam berwirausaha, dan R merasa kemampuannya kurang baik dalam menjalankan usahanya.

Komponen kedua adalah *hope*, yaitu keadaan motivasi positif yang didasari oleh proses interaksi dari 2 komponen yaitu *agency* (energi untuk mencapai tujuan) dan *pathway* (perencanaan untuk mencapai tujuan) (Snyder dkk., 1991, dalam Luthans dkk., 2004). Selanjutnya *optimism*, yang merupakan suatu cara menginterpretasikan peristiwa positif sebagai hal yang terjadi karena diri sendiri, bersifat menetap, dan dapat terjadi pada berbagai situasi; dan menginterpretasikan peristiwa negatif sebagai hal yang terjadi karena hal yang berasal dari luar diri, bersifat sementara dan hanya terjadi pada situasi tertentu (Seligman, 1998, dalam Luthans dkk., 2007). S menyatakan bahwa ia konsisten dalam melakukan promosi dan memberikan informasi kepada pelanggan, serta ia yakin bahwa usaha yang ia lakukan sekarang akan berkembang dan ia akan membuka bisnis lainnya di masa yang akan datang. Sedangkan K dan R menyatakan bahwa semangatnya untuk berwirausaha telah menurun dan mereka tidak tahu bisnisnya akan seperti apa di kemudian hari.

Dan komponen terakhir adalah *resiliency*, yang diartikan sebagai kapasitas untuk mengatasi kesukaran, konflik, kegagalan, atau bahkan kejadian positif, kemajuan dan tanggung jawab yang meningkat (Luthans dkk., 2007). Dalam menghadapi keadaan yang sepi pembeli S menyatakan bahwa ia tetap mempromosikan produk yang ia jual dan melakukan strategi *marketing* yang baru. Sedangkan K dan R menyatakan hal tersebut membuat semangat mereka untuk lanjut melakukan bisnis menurun.

Penelitian – penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa *psychological capital* berperan dalam perilaku dan kesuksesan kewirausahaan (Apriyany, 2018; Hmieleski & Baron, 2009; Jin, 2017; McGee, Peterson, Mueller, & Sequeira, 2009). Menurut Paul V dan Devi (2018) *psychological capital* merupakan aspek penting dari kesuksesan wirausaha, karena *psychological capital* memberikan kekuatan mental dan emosional yang dibutuhkan untuk menghadapi tantangan emosional yang merupakan bagian dari proses wirausaha. Bagi wirausahawan *psychological capital* merupakan karakteristik psikologi positif dalam diri mereka yang dapat membantu membentuk resistensi terhadap berbagai stressor psikologis yang seringkali mereka jumpai saat memulai wirausaha (Ulfa & Pardede, 2018). Dengan memiliki *psychological capital* yang baik diharapkan individu dapat berwirausaha dengan baik juga (Ramadhan & Ratnaningsih, 2017) .

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai : “Gambaran *Psychological Capital* Pada Mahasiswa Universitas Andalas Yang Berwirausaha Secara *Online* Selama Masa Pandemi COVID-19”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini ialah “ Bagaimana gambaran *psychological capital* pada mahasiswa Universitas Andalas yang berwirausaha secara *online* selama masa Pandemi COVID-19?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang disebutkan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran *psychological capital* pada mahasiswa Universitas Andalas yang berwirausaha secara *online* selama masa Pandemi COVID-19.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya kajian psikologi mengenai *psychological capital* pada mahasiswa yang berwirausaha secara *online*. Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya mengenai *psychological capital* pada mahasiswa yang berwirausaha secara *online* di masa ke depannya.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada para pembaca mengenai gambaran *psychological capital* pada mahasiswa Universitas Andalas yang berwirausaha secara *online* selama masa Pandemi COVID-19.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pentingnya *psychological capital* pada mahasiswa yang berwirausaha, terutama yang berwirausaha secara *online*, agar mahasiswa dapat memanfaatkan dan mengoptimalkan *psychological capital* mereka dalam berwirausaha.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pentingnya *psychological capital* pada mahasiswa yang berwirausaha, terutama yang berwirausaha secara *online*, sehingga pihak universitas dapat mendukung mahasiswa yang berwirausaha melalui program pengembangan *psychological capital* yang dapat membantu mahasiswa bertahan dan mencapai kesuksesan dalam usahanya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini ialah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Pendahuluan berisikan uraian singkat mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II : Tinjauan Pustaka

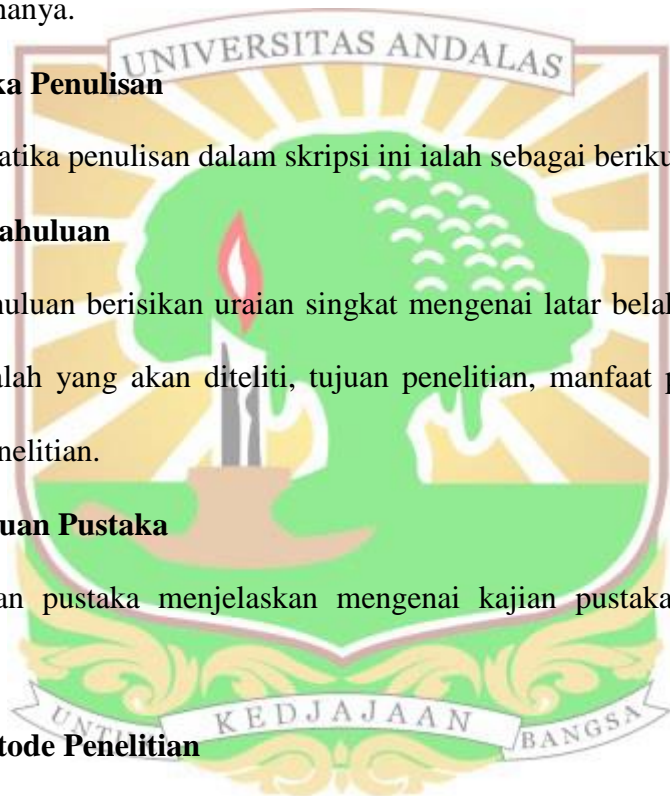
Tinjauan pustaka menjelaskan mengenai kajian pustaka dan kerangka pemikiran.

BAB III : Metode Penelitian

Metode penelitian berisikan uraian mengenai metode penelitian, rancangan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, populasi, sampel, teknik *sampling*, alat ukur penelitian, prosedur penelitian dan analisis data.

BAB IV : Hasil Dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan berisikan data-data yang diperoleh di lapangan dan penjelasan mengenai analisis hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian.



BAB V : Penutup

Penutup berisikan kesimpulan penelitian serta saran penelitian.

